

VERSLAG VISUALO

Thematische werkgroep 1

Inhoud

1 Praktische informatie	3
1.1 Aanwezigheden	3
1.2 Agenda thematische werkgroep 1	3
2 Inleiding	4
2.1 Oslo	4
2.2 Doel	4
2.3 Aanpak	4
3 Sneuvelmodel	4
3.1 PublicatieObject	5
3.2 InformatieObject	7
3.3 Agent	8
4 Volgende Stappen	9
5 Thematische werkgroep 2	9
6 Bijlage	9

1 PRAKTISCHE INFORMATIE

- Datum: 09/01/2023
- Locatie: Virtueel

1.1 AANWEZIGHEDEN

Alexander Leysen

Pieter-Jan Fieremans - Beleidsmedewerker economie - Provincie Oost-Vlaanderen

Kasper Vanbeginne Stad Halle - Innovatie

Kenny Stevens – VERA - Projectleider Smart Cities

Louis Desbuquois

Dirk Goeminne - Directeur - POLIS (Provincie Oost-Vlaanderen)

Andy Bourriez - Projectleider Digitale Transformatie - POLIS (Provincie Oost-Vlaanderen)

Arne Scheldeman - Digitaal Vlaanderen

Jef Liekens - Digitaal Vlaanderen

1.2 AGENDA THEMATISCHE WERKGROEP 1

Duurtijd	Topic
09u00 - 09u10	Welkom en agenda
09u10 - 09u15	Aanleiding en context
09u15 - 09u25	Samenvatting vorige werkgroep
09u20 - 09u25	UML
09u25 – 09u50	Sneuvemodel
09u50 – 10u30	Q&A en volgende stappen

2 INLEIDING

2.1 OSLO

Het initiatief voor dit standaardisatietraject komt vanuit Stad Halle & Dendermonde. Het is de bedoeling om zo te zorgen voor meer samenhang en een betere begrijpbaarheid en vindbaarheid van de Data. Op die manier kan iedereen gegevens makkelijker gebruiken. Met OSLO wordt er concreet ingezet op semantische en technische interoperabiliteit. De vocabularia en applicatie profielen worden ontwikkeld in co-creatie met o.a. Vlaamse administraties, lokale besturen, federale partners, academici, de Europese Commissie en private partners (ondertussen meer dan 4000 bijdragers).

Momenteel zijn er reeds 133 erkende standaarden, 33 kandidaat standaarden en 24 standaarden in ontwikkeling. Meer informatie over het Proces en Methode van OSLO kan hier teruggevonden worden: <https://overheid.vlaanderen.be/oslo-wat-is-oslo> en <https://data.vlaanderen.be/>

2.2 DOEL

- 1) Opbouwen van een sneuvelmodel aan de hand van use cases uit de business werkgroep.
- 2) Sneuvelmodel challengen door feedback van de deelnemers.

2.3 AANPAK

Tijdens de eerste thematische werkgroep wordt de nadruk gelegd op het opbouwen van een sneuvelmodel. Aan de hand van storylines worden alle klassen uitgelegd om tot slot tot een finaal sneuvelmodel te komen. Na elke use case/storyline krijgen de deelnemers de tijd om eigen input/vragen op te lijsten in Mural en worden deze beantwoord tijdens de sessie of meegenomen naar de tweede thematische werkgroep.

3 SNEUVELMODEL

Het sneuvelmodel werd gedurende de werkgroep opgebouwd aan de hand van verschillende story lines. Een overzicht van het volledige sneuvelmodel is terug te vinden in 6. Bijlage. In het verslag gaan we dieper in op de hoofdklassen van het sneuvelmodel en de feedback/vragen die tijdens de thematisch werkgroep werden gegeven/gesteld. Tijdens de werkgroep is er ook gebruik gemaakt van een interactieve [Mural](#). Hier staat ook het volledige model weergegeven met opmerkingen uit de werkgroep.

We verwijzen naar de slides voor meer informatie omtrent alle klassen in het sneuvelmodel.

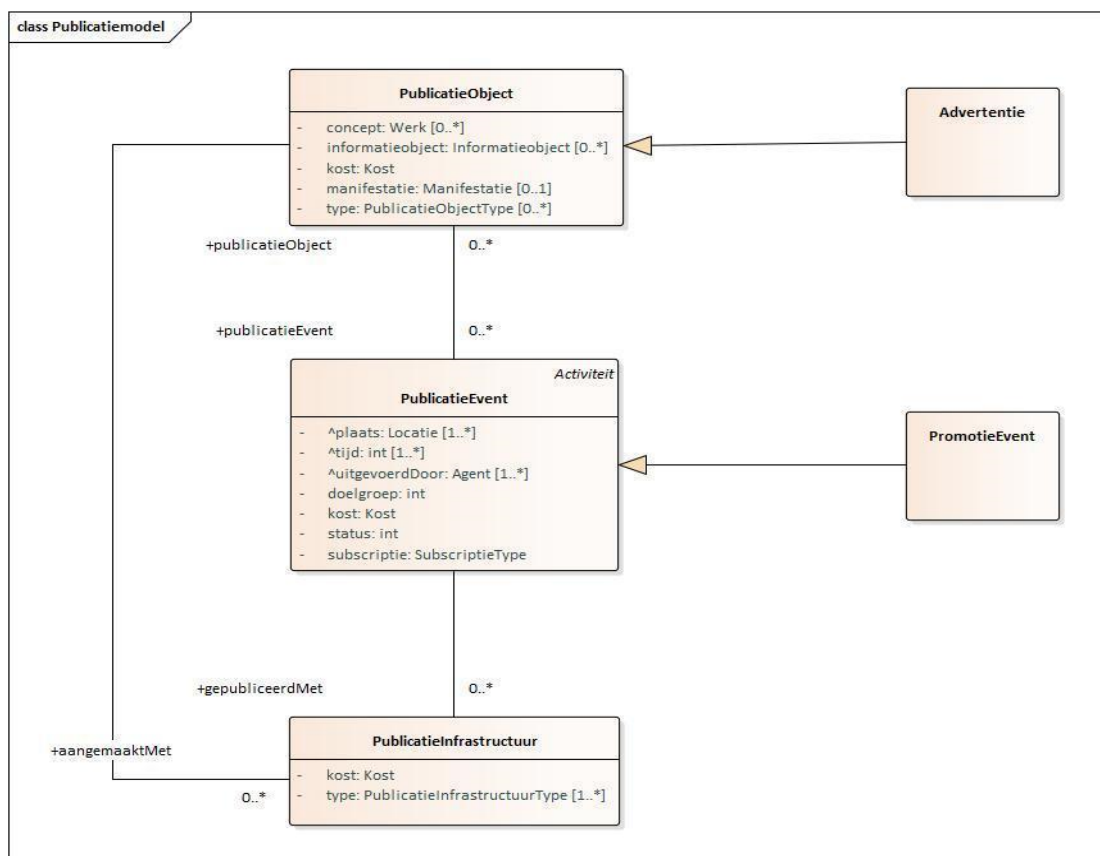
Voor het sneuvelmodel van Visualo zijn er drie blokken gedefinieerd. De naam van de blokken is in overeenstemming met de hoofdklassen uit het model. Hieronder worden de drie besproken met telkens een foto van het model.

3.1 PUBLICATIEOBJECT

Het eerste blok beschrijft het **PublicatieObject**. Dit is het belangrijkste blok aangezien het focust op het adverteren en publiceren van de advertentie. **PublicatieObject** is een superklasse voor **Advertentie** aangezien een advertentie steeds een commercieel karakter heeft. Deze relatie zorgt ervoor dat alle elementen uit **PublicatieObject** worden opgenomen binnen klasse Advertentie, maar dat **Advertentie** nog kan uitgebreid worden met eigen specifieke karakteristieken.

Een **PublicatieEvent** gaat over de acties die nodig zijn om het **PublicatieObject** te publiceren, vergelijkbaar met een campagne. Zo kan er reclame gemaakt worden op de borden maar kan er evengoed geflyerd worden. Beide acties horen dan bij hetzelfde **PublicatieEvent**.

Het advertentieplatform is de wisselwerking tussen enerzijds het **PublicatieObject** en anderzijds de **PublicatieInfrastructuur**. De infrastructuur omvat het kanaal waarmee de publicatie gepubliceerd wordt.. De borden zelf zijn **PublicatieObjectType**, dus niet te verwarren met de **PublicatieInfrastructuur**, zoals het advertentieplatform of een drukkerij.



Vragen en opmerkingen

Flash & Campagne advertenties

Vraag: Stad Halle maakt het onderscheid tussen 'Flash' en 'Campagne' advertenties. Flash advertenties worden last minute uitgezonden en dienen om iets specifiek en tijdig af te handelen. Hier zal het controlemechanisme lakser zijn vanwege het tijdsaspect. Campagne advertenties duren bvb een jaar, waarop er systematisch reclame wordt gemaakt. Het controleren en uploaden van de advertenties zal hier dus langer duren.

Antwoord: Deze twee types zullen omvat zijn in het **PublicatieEvent**.

Publicatie plaats

De locatie waar er geadverteerd wordt heeft ook twee opties. Ofwel kan een handelaar zelf kiezen op welk scherm hij wil adverteren ofwel kiest het systeem voor hem. Het systeem weet welke borden er staan rond welke handelaren, ook wanneer er een event plaatsvindt zoals een markt.

Kostenmodel

Vraag: Het kostenmodel moet breder als men de data standaard wilt gebruiken in meerdere steden. Je hebt effectieve kost en aangerekende kost. Er zijn ook recurrente en niet-recurrente kosten, kosten voor de stad of voor de handelaar. Dit is allemaal stof dat discussie kan opwekken.

Antwoord: Het kostenmodel hoeft in de data-standaard niet helemaal gedefinieerd te zijn. Het kostenaspect kan basic opgenomen worden in het model, maar de volledige uitwerking valt onder een implementatie... Het model is vooral bedoeld voor de verbinding van publicatieobject, event en structuur. We houden het best algemeen waarbij we 'kost' als black box opvatten..

Infobord als datatype

Vraag: Is infobord een datatype? Puur technisch gezien zijn er verschillende soorten borden met andere afmetingen. Er zijn dus verschillende crops voor de type borden. Sommige borden hebben enkel tekst, soms moet het in landscape of in portrait komen te staan. Sommige borden werken met interactie, andere niet dus onderscheid welk bordtype is wel belangrijk.

Antwoord: Momenteel is infobord geen datatype, maar wordt opgenomen als voorbeeld binnen een enumeratie van DataInfrastructuurType. Hierbij kunnen verschillende soorten infoborden opgenomen worden om zo het onderscheid kenbaar te maken.

Interactieve interacties

Vraag: Wat valt er onder een interactieve Advertentie?

Antwoord: Interactieve advertenties zijn: vragenlijsten, spellen, QR code die iets in gang zet. Wanneer je meer doet dan enkel lezen of kijken. Dit kan de handelaar maken, of hij kan de hulp inschakelen van de stad.

3.2 INFORMATIEOBJECT

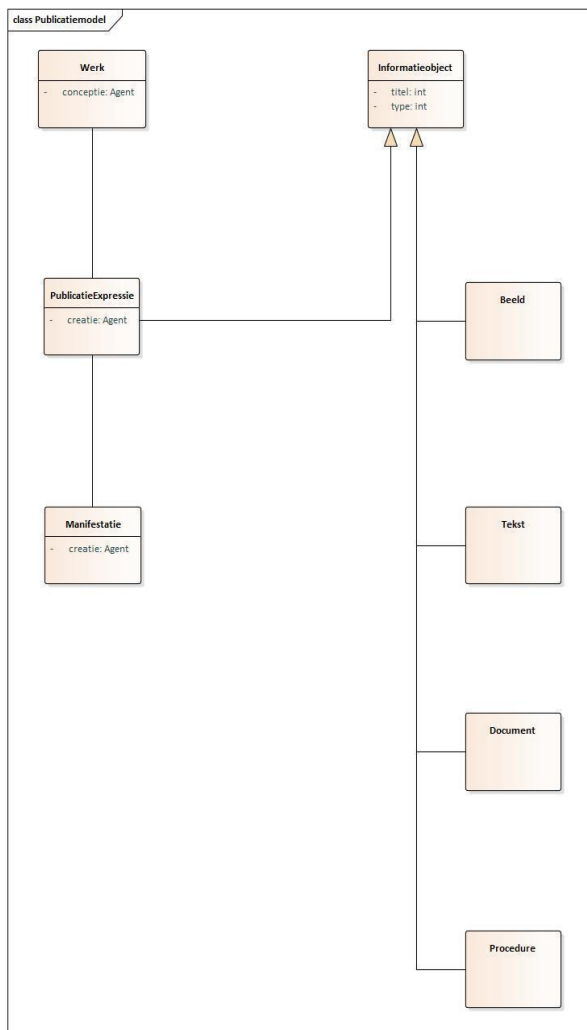
Het tweede blok van het model gaat dieper in op de creatie van de advertentie. Dit beschrijft onder andere de acties die een lokale handelaar moet uitvoeren om een foto met tekst op een scherm te krijgen. Hiervoor wordt het [FRBR](#) model gebruikt (= Functional Requirements for Bibliographic Records). Dit is om dieper in te gaan op het concept, expressie en manifestatie van het object zelf.

Vragen en opmerkingen

Manifestatie

Vraag: Wat wordt er bedoeld met een Manifestatie?

Antwoord: Een lokale handelaar heeft een concept, maar nog geen uitwerking die fysiek zichtbaar is. Het is eerder het idee zelf. Daarna komt de expressie, de uitwerking van het idee en manifestatie is het tastbaar geheel. Dit zijn de drie stappen van ontwikkeling om te zien wie er eigenaar is van de verschillende onderdelen.



3.3 AGENT

Het derde blok focust op de personas. Onder **Agent** vallen alle personen en instanties die betrokken zijn bij de creatie van een PublicatieObject. Het is iets of iemand die kan handelen of een effect kan teweeg brengen. Deze klassen binnen dit derde blok zijn reeds gedefinieerd in andere standaarden.

Vragen en opmerkingen

Geografische locatie

Vraag: Uit eerdere oefeningen bleek de definitie van Handelaar niet helemaal in orde te zijn op geografisch vlak. Locatiegewijs, komt het adres dat gebruikt wordt in de datastandaarden overeen met de plaats van verkoop? Is het adres op de juiste plaats waar de koper moet zijn? Waar is de inkom kant van de Handelaar?

Antwoord: Locatie is breed gedefinieerd maar met implementatie kan het specifieker worden omschreven zoals een specifiek coördinaat of een polygoon. Dit komt aan bod in een volgende Werkgroep.

Definitie van (Lokale) Handelaar

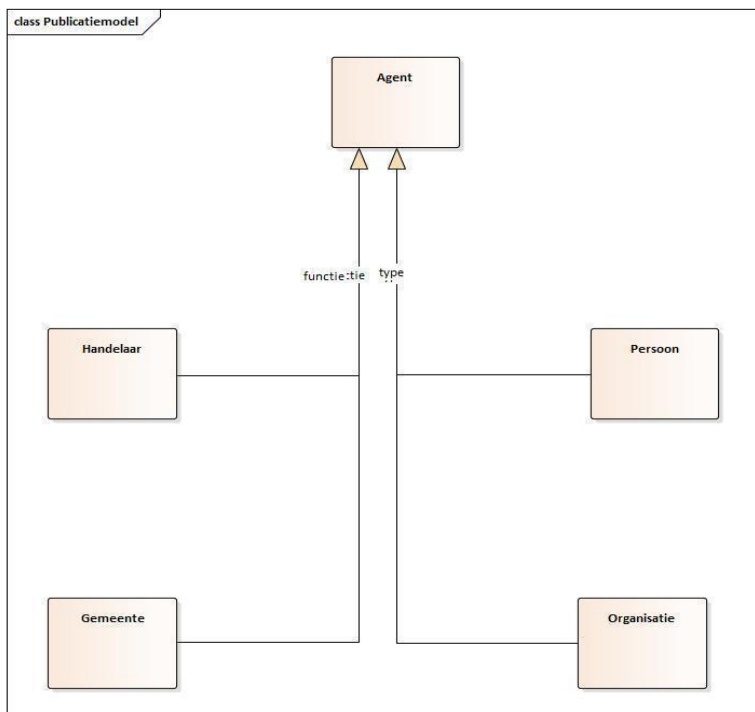
Vraag: Welke handelaren hebben recht op gebruik van de borden? Heeft een internationale keten ook recht op het gebruik van de borden? Hoe zit dat gedefinieerd?

Antwoord: We zoeken het op en behandelen het tijdens de volgende Werkgroep.

Onderscheid gebruiker/beheerder gemeente

Vraag: Moet er een onderscheid komen tussen gemeente als gebruiker en gemeente als beheerder?

Antwoord: Hier moet geen onderscheid tussen komen, kan tijdens de uitwerking gedefinieerd worden.



4 VOLGENDE STAPPEN

- 1) Modelleren van lokale handelaars: Wat is reeds gedefinieerd in bestaande standaarden en wat ontbreekt er nog?
- 2) Verdere uitwerking van het Sneuvelmodel aan de hand van de verkregen feedback.
- 3) Oplijsting van use cases omtrent (her)gebruik van deze standaard.

5 THEMATISCHE WERKGROEP 2

De volgende Thematische Werkgroep zal doorgaan op maandag 06/02/2023. Nodig zeker mensen uit in je omgeving die graag zouden meewerken aan deze data standaard.

[Klik op deze link om je in te schrijven](#)

6 BIJLAGE

